

Aviso: [2019-06-15 23:30] este documento é uma impressão do portal Ciência-IUL e foi gerado na data indicada. O documento tem um propósito meramente informativo e representa a informação contida no portal Ciência-IUL nessa data.

Hélia Gonçalves Pereira

Professora Auxiliar

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)

Investigadora Associada

UNIDE-IUL - Unidade de Investigação em Desenvolvimento Empresarial (IBS)
[Contabilidade, Marketing e Gestão]



Contactos

E-mail	helia.pereira@iscte-iul.pt
Gabinete	D4.31
Telefone	217650479 (Ext: 220746)
Cacifo	110-B

Currículo

Hélia Gonçalves Pereira is an Assistant Professor of the Marketing, Operations and General Management Department at Instituto Universitário de Lisboa - ISCTE-IUL and Vice-Dean of this Department. Hélia Gonçalves Pereira is also Director of the Executive Master in Management; Pos-Degree in Sales Management and Pos Degree in Top Management in Hospitality and Tourism. She is Coordinator of the Marketing FutureCast Lab, an applied research lab in new trends in marketing. Her background is interdisciplinary, combining a BSc in Economics, a post Degree in European Studies, a MSc in Management and a PhD in Management with specialization in Marketing and several years as senior consultant in Price Waterhouse and Coopers. She has interests in consumer behaviour, internet marketing and social media and, as well, tourism marketing.

Áreas de Investigação

Marketing Turístico

Marketing Digital

Comportamento do Consumidor

Outras Actividades Profissionais

Período	Empregador	País	Descrição
Desde 2014	ENAM Moçambique	--	Professor
2012 - 2014	Universidade Getúlio Vargas	--	Professor
Desde 2012	Marketing FutureCast Lab	--	Coordenador do Conselho Científico
Desde 2010	Viatecla	--	Coordenação Científica Projecto Video For Travel
2006 - 2008	Universidade Lusófona	--	Professor
Desde 2005	INDEG-ISCTE	--	Professor
Desde 2005	INDEG-ISCTE	--	Professor
2002 - 2003	ISCEM	--	Professor

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa	Doutoramento	Gestão	2009
ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa	Mestrado	Gestão de Empresas	2003
ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa	Pós-graduação	Gestão de Empresas	1998
Faculdade de Economia - UNL	Licenciatura	Economia	1995
Instituto Superior de Economia e Gestão - UTL	Pós-graduação	Estudos Europeus	1995

Unidades Curriculares Lecionadas (no ano lectivo corrente)

Ano Letivo	Semestre	Nome da Unidade Curricular	Coordenador
2018/2019	1º	Seminário de Investigação em Marketing	Sim
2018/2019	1º	Métodos de Investigação em Hotelaria e Turismo	Sim
2018/2019	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Sim
2018/2019	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Sim
2018/2019	1º	Marketing Empresarial	Sim

2018/2019	1º	Marketing Empresarial	Sim
2018/2019	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Não
2018/2019	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Não
2018/2019	1º	Estratégia e Desenvolvimento Organizacional para os Media	Sim
2018/2019	1º	Gestão do Marketing	Sim
2018/2019	1º	Gestão do Marketing	Sim
2018/2019	1º	Gestão do Marketing	Sim
2018/2019	2º	Marketing (Pg)	Sim
2018/2019	2º	Gestão de Turismo Internacional	Sim
2018/2019	2º	Finanças Empresariais em Hotelaria e Turismo	Sim
2018/2019	2º	Análise de Negócios Internacionais	Sim
2018/2019	2º	Marketing Bancário	Sim
2018/2019	2º	Marketing de Projetos	Sim
2018/2019	2º	Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria I	Sim
2018/2019	2º	Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria II	Sim
2018/2019	2º	Enoturismo e Negócio do Vinho	Sim
2018/2019	2º	Grandes Eventos e Gestão de Eventos	Sim
2018/2019	2º	Estágio em Gestão de Hotelaria e Turismo	Sim
2018/2019	2º	Gestão do Marketing	Sim

Orientações

• Teses de Doutoramento

- Em curso

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Orientador	Tomé Rodrigues	Impacto da Informação Háptica na Intenção de Compra Online	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL

2	Orientador	Luis Sá	Marketing Relacional para as empresas brasileiras	Português	Em curso	ISCTE-IUL
---	------------	---------	---	-----------	----------	-----------

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Orientador	Inês Antunes Serras	O Impacto do Enoturismo na Indústria do Vinho em Portugal.	--	Em curso	ISCTE-IUL
2	Orientador	André Marques Travassos	Porquê e de que maneira o Greenwish reposicionou-se e afirmou-se como um restaurante "verde"	--	Em curso	ISCTE-IUL
3	Orientador	Carlos Jorge da Costa Alves	Projeto de empresa - Plano de Marketing - OTCs YF	--	Em curso	ISCTE-IUL
4	Orientador	Diogo Correia de Lacerda Clode Silva	Privacidade e preocupações dos consumidores	--	Em curso	ISCTE-IUL
5	Orientador	Catarina Quintas Nunes	Marketing Verde: Os consumidores verdes em Portugal	--	Em curso	ISCTE-IUL
6	Orientador	Marina Sevilha Balthazar dos Santos	Rompendo barreiras para encaminhamento de pacientes para cuidados paliativos através de estratégias de marketing	--	Em curso	ISCTE-IUL
7	Orientador	Marco Miguel Paninho Pereira	UM PLANO DE MARKETING PARA O HOTEL DOM GONÇALO & SPA	--	Em curso	ISCTE-IUL
8	Orientador	Manuel José Fradinho Silva Fernandes	Plano de comunicação interno Globalpharma (Projeto Empresa)	--	Em curso	ISCTE-IUL
9	Orientador	Rodrigo Vieira Castilho	MEDIÇÃO DA PERFORMANCE DO MARKETING DIGITAL: COMO É QUE BOAS PRÁTICAS DE MEDIÇÃO DE PERFORMANCE DO MARKETING PODEM AUMENTAR A PERFORMANCE DAS EMPRESAS - O CASO DA FORALL PHONES	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
10	Orientador	Micaela Andreia Cabral Constantino	Influência das redes sociais na lealdade dos consumidores de fast fashion	--	Em curso	ISCTE-IUL
11	Orientador	Pedro Miguel Francisco Ferreira	De genéricos a OTC	--	Em curso	ISCTE-IUL

12	Orientador	Rita Lourenço de Sousa	Eficácia de Programas de Lealdade na indústria da beleza. Caso pedagógico de desenvolvimento de um plano de lealdade por subscrição.	--	Em curso	ISCTE-IUL
13	Orientador	José Manuel da Costa Marques	O INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE SOCIAL CRM	--	Em curso	ISCTE-IUL
14	Orientador	Rute Alexandra Fonseca Serra	Apivita: Uma proposta de expansão no setor hoteleiro	--	Em curso	ISCTE-IUL
15	Orientador	Konstantin Brehm	O futuro de comércio de moda online - Como pode a Zalando SE alavancar o seu posicionamento de mercado e progresso tecnológico de forma a tornar-se o retalhista de moda online número um da Europa?	Inglês	Entregue	ISCTE-IUL
16	Orientador	Guilherme Caeiro de Matos	Repensar a estratégia de comunicação da União Europeia - O papel das plataformas digitais na promoção de uma cidadania activa	--	Em curso	ISCTE-IUL
17	Orientador	Daniela Alexandra Duarte Trony	Implementação de uma campanha de publicidade de pesquisa e display para uma pequena empresa: A campanha de Google Ads da Princelandia	--	Em curso	ISCTE-IUL
18	Orientador	Patrícia Alexandra Leal de Oliveira Leal	Criação e Implementação de um Plano de Ativação de Marca e Marketing Experimental ? Caso Science4you	--	Em curso	ISCTE-IUL
19	Orientador	Cátia Sofia Ladeira Amorim	Plano de Marketing: Sistematização de um plano de ação como proposta de valor no desenvolvimento da Inapa Packaging.	--	Em curso	ISCTE-IUL

- Terminadas

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Orientador	Catarina Isabel Neves Pereira da Silva	Serão os colaboradores comprometidos com a marca para a qual trabalham?	Inglês	ISCTE-IUL	2019

2	Orientador	Mónica Correia Cardoso Coelho Santos	A EXPERIÊNCIA OMNISCANAL DA GERAÇÃO Z NAS LOJAS @COSMETICS	Português	ISCTE-IUL	2018
3	Orientador	Mariana Ventura Rodrigues	New Trends In Store Atmosphere: An application to the telecommunication sector	Inglês	ISCTE-IUL	2017
4	Orientador	Jorge Miguel Vicente de Campos Máximo	Olisipiadas - Estudo de Caso sobre a Criação da Marca de um Programa Desportivo Municipal	Português	ISCTE-IUL	2017
5	Co- Orientador	Filipe de Amaral Pedro Bota de Mendonça	New Trends in Marketing: The impact in convenience store's atmosphere	Inglês	ISCTE-IUL	2017
6	Co- Orientador	Bernardo Antunes de Almeida	RELEVÂNCIA DO "PARQUE DAS NAÇÕES" PARA A DINÂMICA DO TURISMO NA CIDADE DE LISBOA	Português	ISCTE-IUL	2017
7	Orientador	Ana Carolina Monte Rocha Baltazar Coelho	A Intenção de Compra nas Marcas no Facebook	Português	ISCTE-IUL	2017
8	Orientador	Inês de Oliveira Rodrigues	Marcas de Luxo num Contexto Digital - Exclusividade VS Diferenciação. Caso Furla	Português	ISCTE-IUL	2017
9	Co- Orientador	Filipa Loja Gomes Ferreira Evangelista	The Impact of New Trends in Supermarket Environment: The Case of the Olive Oil Sector	Inglês	ISCTE-IUL	2017
10	Co- Orientador	Mafalda dos Santos Simões	New Trends in Store Atmosphere: An Application to the Banking Sector	Inglês	ISCTE-IUL	2017
11	Co- Orientador	Dharmite Tushar Narendra	The Influence of New Trends in Store Atmospherics on Customer Experience in a Convenience Store Environment in Portugal	Inglês	ISCTE-IUL	2017
12	Orientador	Marta Gil da Silva Araújo	Comportamentos do Consumidor e a Relação com o Turismo Criativo: Requalificação das Regiões Centro Interior de Portugal	Português	ISCTE-IUL	2016
13	Orientador	Mille Nielsen	The Influence of Product Type, Humor Type, Brand Attitude, and Gender on Humour Effectiveness in ADS	Inglês	ISCTE-IUL	2015
14	Orientador	Anders Juul Nielsen	The consumer-brand relationship paradox	Inglês	ISCTE-IUL	2015
15	Orientador	Rita Margarida Rolin Pires	Intenção de Compra Online nos Seniores Portugueses	Português	ISCTE-IUL	2014

16	Orientador	José Carlos de Melo Pinto Martins	Ferramentas de Marketing Digital no Sector Hoteleiro em Portugal: Influência ou Confluência	Português	ISCTE-IUL	2014
17	Orientador	Maria João Sousa Inácio dos Santos	An E-Portrait of International Business Schools' Strategy	Inglês	ISCTE-IUL	2014
18	Orientador	Paulo Filipe Figueiredo Nunes	The Relationships Between Portuguese Banks and their Customers in a Recessionary Context	Inglês	ISCTE-IUL	2014
19	Orientador	Teresa Isabel Damião dos Reis	Influência do Preço e Ações Promocionais no Valor Percecionado da Loja de Retalho	Português	ISCTE-IUL	2014
20	Orientador	Noor-Ayn Sacoor	The Impact of the Economic Crisis on Portuguese Consumer Behaviour - The automobile sector	Inglês	ISCTE-IUL	2014
21	Orientador	Joana Abreu Machado Barata Gorgueira	The Effects of an Economic Downturn on Portuguese Families Purchase and Consumption: An application to the tourism sector	Inglês	ISCTE-IUL	2014
22	Orientador	Nuno Tiago de Figueiredo Cardoso	The Influence of Social Media in the Purchase Decision Process - The case of portuguese energy consumers	Inglês	ISCTE-IUL	2014
23	Orientador	Hugo Miguel Fidalgo Ferreira	A Study About E-WOM on an Economic Crisis Context: The case of telecommunications	Inglês	ISCTE-IUL	2014
24	Orientador	Maria Joana Magalhães de Pinho	Fashion and Beauty Advertising Models 'Age and its Impact on Over 50 Female Consumers' Purchase Intention	Inglês	ISCTE-IUL	2013
25	Orientador	António Filipe Esteves Miguel Carvalho	The Effects of Celebrity Endorsement on Consumers Purchasing Intentions	Inglês	ISCTE-IUL	2012
26	Orientador	Ana Rita Bendada da Silva	O Papel do Marketing Relacional na Internet.	Português	ISCTE-IUL	2009

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Orientador	Célia Marina Lopes Cabral	O impacto das redes sociais na reputação das organizações em contexto B2B.	Português	ISCTE-IUL	2018

2	Orientador	Mariana Martins Domingues Castelo Carrilho	Preopamo-nos com mais do que cabelo - Salon Emotion, a chave para L'Oréal Professionnel manter a sua liderança.	Inglês	ISCTE-IUL	2018
3	Orientador	Jorge Miguel Abreu Dias	COMUNICAÇÃO DE MARKETING NUMA ORGANIZAÇÃO SEM FINS LUCRATIVOS - UM CASO DE ESTUDO SOBRE A ATIVIDADE DE UMA ASSOCIAÇÃO DE ESTUDANTES - ASSOCIAÇÃO DE ESTUDANTES DO ISCTE-IUL	Inglês	ISCTE-IUL	2018
4	Co-Orientador	Filipa Fernandez Veiga da Silva	A diferença cultural entre os consumidores Portugueses e Espanhóis: a estratégia da Science4you	Inglês	ISCTE-IUL	2018
5	Co-Orientador	Inês Bernardo dos Santos	Customer Satisfaction and its relation with a positive NPS	Inglês	ISCTE-IUL	2018
6	Orientador	Graça Maria Porto Temudo Pires de Oliveira	O Negócio da Publicidade no Contexto de um Operador Postal	Português	ISCTE-IUL	2017
7	Orientador	Lia Barbieri da Nóbrega	Promotion of Sustainability in Higher Education Institutions: ISCTE-IUL	Inglês	ISCTE-IUL	2017
8	Orientador	Inês Ferreira Lourenço Pinto	How can Store Atmosphere be Applied in Sonasol Brand	Inglês	ISCTE-IUL	2017
9	Orientador	Marta Isabel dos Santos Brito Patrício	Crescer em Tempos de Crise: caso de rebranding Compal	Português	ISCTE-IUL	2016
10	Orientador	João Filipe Ramos Pereira Gens	Implementação de CRM na Ordem dos Engenheiros	Português	ISCTE-IUL	2016
11	Orientador	Oswaldo Miguel Pereira Cordeiro	O Reposicionamento da Marca Landini no Mercado Português de Tractores Agrícolas	Português	ISCTE-IUL	2016
12	Orientador	Maria Carolina de Azaredo Raposo	Flagship Store Frutológica Compal	Inglês	ISCTE-IUL	2016
13	Orientador	Filipa Ribeiro do Couto	Lançamento de uma Nova Marca: Natur Troofs - Projeto Trofal S.A.	Português	ISCTE-IUL	2016
14	Orientador	Ana Catarina de Almeida Fancaria	How to Conquer the 6th Continent - Lancôme Brand in Travel Retail	Inglês	ISCTE-IUL	2016

15	Orientador	André Filipe Ribeiro Bettencourt Calado	Case Study: Create a Facebook Campaign to Launch the APP Matrix Color Lounge	Inglês	ISCTE-IUL	2016
16	Orientador	Ana Rita Belo Pereira Francisco	Marketing Persona Formulation and Content Strategy Analysis for PHC Software, SA	Inglês	ISCTE-IUL	2016
17	Orientador	João Francisco Vaz da Rocha Paes de Faria	A Marketing Plan For The Nintendo NX	Inglês	ISCTE-IUL	2016
18	Orientador	Catarina Fernandes Dias	How Can Luxury Cosmetic Companies Leverage on Global Shoppers. The case study of Kiehl´s since 1851	Inglês	ISCTE-IUL	2016
19	Orientador	Luís Alexandre Faria Gomes	Impacto do Relançamento de Marcas em Declínio - O caso da marca Flora	Português	ISCTE-IUL	2016
20	Orientador	Vanda Cristina Badagola Murteira Vaz de Carvalho	A Necessidade de Adaptação dos Bancos à Realidade Digital	Português	ISCTE-IUL	2016
21	Orientador	Carlota Alves Vieira Duque Neves	Reposicionamento do Restaurante Hippopotamus do Hotel Tivoli Oriente	Português	ISCTE-IUL	2015
22	Orientador	André Lima Campino	Dollarshaveclub.com - A case study on how can the brand tone of voice enable a startup to become a viral sensation	Inglês	ISCTE-IUL	2015
23	Orientador	Maria do Carmo Orta Oliveira de Herédia Cordovil	A Communication Plan for the "1 Yogurt a Day" Program	Inglês	ISCTE-IUL	2015
24	Orientador	Ana Rita Guerreiro Torrinha Monteiro Teles	Plano de Comunicação Digital para a Marca Amanhecer	Português	ISCTE-IUL	2015
25	Orientador	Carolina Safara Saiote	Danone's CRM Program "Alimenta Sorrisos": A development plan	Inglês	ISCTE-IUL	2015
26	Orientador	Miguel Lages Ribeiro de Gomes Saúde	Sporting Clube de Portugal, a Social Media Benchmark in the Football Clubs' Sector	Inglês	ISCTE-IUL	2015
27	Orientador	Soraia Sofia Fernandes do Vale	A Social Media Marketing Plan for Galp Energia	Inglês	ISCTE-IUL	2015
28	Orientador	Francisco Van Zeller de Moser	O Turismo da Cidade de Lisboa numa Perspectiva Cruzada entre a Procura e a Oferta	Português	ISCTE-IUL	2015
29	Orientador	Vânia Catarina Pereira de Barros Gregório	The Challenge of Enhancing a Luxury Brand Without Awareness in a Perfumery	Inglês	ISCTE-IUL	2014

30	Orientador	Ricardo António Teixeira Avelino	Marketing Communication Plan - Century 21 Global	Inglês	ISCTE-IUL	2014
31	Orientador	Cláudia Patrícia Ferreira da Silva Loureiro	Análise e Estratégia do Lançamento de Margarina Imperial	Português	ISCTE-IUL	2013
32	Orientador	Diogo Lopes Caramelo	Segmentation Model for an Electronics and Appliances Retailer in B2B Market	Inglês	ISCTE-IUL	2013
33	Orientador	Celso Alves Martins	Albufeira: A Proposal for Brand Redefinition and Communication Plan	Inglês	ISCTE-IUL	2013
34	Orientador	Vera Sofia Gonçalves Silva	Go-To-Market Strategy for Video Call Through Television	Inglês	ISCTE-IUL	2013
35	Orientador	Miguel Jesus Rito Calado	Brand Redefinition and Communication Plan for Grândola	Inglês	ISCTE-IUL	2013
36	Orientador	João Paulo Coelho dos Santos	Brand Extensions: A Marketing Plan for the Launching of a Tea Product Line Applied to LUSO	Inglês	ISCTE-IUL	2013
37	Orientador	Raquel Rodrigues Antão	An Integrated Communication Plan for Herdade dos Arrochais	Inglês	ISCTE-IUL	2013
38	Orientador	Mariana de Brito Simões	Tourists' Insights of Historic Hotels: The Case of Pousadas de Portugal	Inglês	ISCTE-IUL	2012
39	Orientador	João Filipe Arrobas Correia de Matos	Análise da Estratégia Co-Branding no Sector Financeiro em Portugal - O caso da CGD	Português	ISCTE-IUL	2012
40	Orientador	Frederico Simões Amores	Optimus Kanguru - Novos Canais de Distribuição	Português	ISCTE-IUL	2012
41	Orientador	José Manuel Paulino Barambão	Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo Desportivo no Concelho de Sines como forma de Combater a Sazonalidade	Português	ISCTE-IUL	2012
42	Orientador	Sara de Azevedo Rodrigues	O Impacto das Redes Sociais no Relacionamento entre Marcas e Consumidores	Português	ISCTE-IUL	2012
43	Orientador	Helena Isabel Teixeira Torres	A relação entre a indústria das viagens e turismo em Portugal e o Facebook: Profissionalização da página do Facebook da Amadeus Portugal	Português	ISCTE-IUL	2012
44	Orientador	Mariana Trindade Ricardo	Plano para a Definição de Modelos de Segmentação para o Meo	Português	ISCTE-IUL	2012
45	Orientador	Carmen Sofia Mendes Garcia de Castro	Imagem das Marcas da Distribuição	Português	ISCTE-IUL	2012

46	Orientador	José António Nobre Cardoso	Online Buying Behavior in Technological and Office Products	Inglês	ISCTE-IUL	2012
47	Orientador	Inês Rubio Cabrita	Portuguese Online Searching and Buying Behavior for Personal Lifestyle Products and Services	Inglês	ISCTE-IUL	2012
48	Orientador	Joana Cláudia Estêvão Ramalho	Touristic Marketing: communicating a brand called Vila Real de Santo António	Inglês	ISCTE-IUL	2012
49	Orientador	Mafalda Isabel Biga Campanha	Digital Communication Plan for Renault Twizy	Inglês	ISCTE-IUL	2012
50	Orientador	Inês Martins dos Santos Fidalgo Fonseca	L'Oréal Professionnel Homme "Redefining the Market with a New Extension	Inglês	ISCTE-IUL	2012
51	Orientador	Adelaide Sofia Marques Portela Batista	Food for Wine Lovers - A restaurant repositioning	Inglês	ISCTE-IUL	2012
52	Orientador	Madalena Piano de Abreu Castelo Branco	Being Traditional in the Global - Santini case study	Inglês	ISCTE-IUL	2012
53	Orientador	Rodrigo Gordicho da Costa Hipólito de Oliveira		--	ISCTE-IUL	2011
54	Orientador	Steven Henriques Santos	Factores Competitivos: Mergulhando no turismo do Surf.	--	ISCTE-IUL	2011
55	Orientador	Ana Catarina Correia Campos	As Extensões de Marca: Caso Dove Men+Care.	Português	ISCTE-IUL	2011
56	Orientador	Diana Ferreira Mota de Oliveira Ponte		--	ISCTE-IUL	2011
57	Orientador	Rita Gomes Alves	A Influência da Comunicação no Crescente Consumo de Produtos Grooming Masculinos.	--	ISCTE-IUL	2011
58	Orientador	Marta Isabel Pedrosa Ribeiro	Fidelização de Consumidores SKIP	--	ISCTE-IUL	2011
59	Orientador	Fábio Alexandre Rodrigues Nunes	Turismo Rural: Aldeia de Mofreita	--	ISCTE-IUL	2011
60	Orientador	Bárbara Ramos Pais Silveira	Impacto da Gestão de Reclamações na Fidelização de Clientes	--	ISCTE-IUL	2011
61	Orientador	Ivan Miguel Pinheiro Pacheco Coelho	O Mercado dos Hostels: Análise e Estratégia de expansão de um caso de sucesso	Português	ISCTE-IUL	2011
62	Orientador	Margarida Távora Alves		--	ISCTE-IUL	2011

63	Orientador	Ricardo Manuel da Silva Veras Santos Reis	Jornal de Negócios: O Fim da Liderança no Mercado da Imprensa Diária Portuguesa	Português	ISCTE-IUL	2011
64	Orientador	Inês de Albuquerque Tomás Mateus		--	ISCTE-IUL	2011
65	Orientador	Maria do Carmo de Moraes de Matos	O Relatório de Sustentabilidade da Matutano.	Português	ISCTE-IUL	2011
66	Orientador	Maria Sofia Godinho Quintino de Barros	Estudo sobre a Consumidora Portuguesa de Vinhos - O impacto das crenças na sua opção de beber vinho	Português	ISCTE-IUL	2011
67	Orientador	Teresa Alexandra Féria Gato Contreiras Revez	Comunicação Integrada da Marca Alentejo.	Português	ISCTE-IUL	2010
68	Orientador	Luís Miguel de Jesus Simões Justino	A Internacionalização da Proóptica para Marrocos como Forma de Melhorar a Competitividade da Empresa	Português	ISCTE-IUL	2010
69	Orientador	Rita Gouveia Macedo Ferreira	A Imagem da SATA no Continente Português.	Português	ISCTE-IUL	2010
70	Orientador	Nuno Miguel Dias de Carvalho	Estratégias de Marketing na Banca Portuguesa: A Oferta de Trade Finance.	Português	ISCTE-IUL	2010
71	Orientador	Sónia Lourenço Olaio	CRM: A Importância da Relação One-to-One em Contexto da Crise Financeira.	Português	ISCTE-IUL	2010
72	Orientador	Artur Jorge Mendes Fernandes	Análise nas 4 Vertentes do Marketing-Mix no Lançamento do Alfa Romeo Mito.	Português	ISCTE-IUL	2010
73	Orientador	Ana Sofia Narciso Marques	Novo Paradigma do Crédito Habitação	Português	ISCTE-IUL	2010
74	Orientador	Maria Teresa Marques Vidigal	A Imagem de Portugal como Destino Turístico em Espanha.	Português	ISCTE-IUL	2010
75	Orientador	Gonçalo dos Santos Ribeiro	Plano Estratégico de Comunicação para a Intertur S.Á.	Português	ISCTE-IUL	2009
76	Orientador	Marco Emmanuel da Cruz Godinho	Um Estudo Exploratório sobre a Orientação de Marketing pelo Mercado.	Português	ISCTE-IUL	2009
77	Orientador	Maria Margarida Rodrigues Gonçalves Bettencourt	A Internacionalização do Compal Essencial para o Mercado Polaco.	Português	ISCTE-IUL	2009

Web of Science®	36
Scopus	46

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	Pereira, H., Salgueiro, M. F. & Rita, P. (2017). Online determinants of e-customer satisfaction: application to website purchases in tourism. <i>Service Business</i> . 11 (2), 375-403 - N.º de citações Web of Science®: 5 - N.º de citações Scopus: 7
2	Pereira, H. G., Cardoso, M. & Dionísio, P. (2017). The determinants of website purchases: the role of e-customer loyalty and word-of-mouth. <i>International Journal of Electronic Marketing and Retailing</i> . 8 (2), 136-156
3	Pereira, H., Salgueiro, M. F. & Rita, P. (2016). Online purchase determinants of loyalty: the mediating effect of satisfaction in tourism. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> . 30, 279-291 - N.º de citações Web of Science®: 13 - N.º de citações Scopus: 10
4	Pereira, H. G., Carvalho, A. & Portela, S. L. (2015). The managerial and economic effects of celebrity endorsement on consumer purchasing intentions. <i>International Journal of Latest Trends in Finance and Economics Sciences</i> . 5 (2), 898-909
5	Pereira, H., Salgueiro, M. F. & Mateus, I. (2014). Say yes to Facebook and get your customers involved! Relationships in a world of social networks. <i>Business Horizons</i> . 57 (6), 695-702 - N.º de citações Web of Science®: 18 - N.º de citações Scopus: 22
6	Dionísio, P., Leal, C., Pereira, H. & Salgueiro, M. F. (2013). Piracy among undergraduate and graduate students: influences on unauthorized book copies. <i>Journal of Marketing Education</i> . 35 (2), 191-200 - N.º de citações Scopus: 7
7	Miranda, N., Raminhos, R., Pereira, H. & Trigo, V. (2013). Video for Travel - an effective solution for applying video in the tourism domain. <i>International Journal of Innovations in Business</i> . 2 (2)
8	Pereira, H., Costa, I. & Patuleia, M. (2012). O Marketing Turístico Sustentável orientado para as Comunidades Locais: o Polo de Desenvolvimento Turístico da Serra da Estrela. <i>Revista Turismo e Desenvolvimento</i> . 17/18, 695-706

• Livros e Capítulos de Livros

- Autor de livro

1	Dionísio, J., Pereira, H. & Cardoso, M. (2012). Comportamentos de procura de informação e compra online. Lisboa, Portugal. Confederação do Comércio e Serviços de Portugal.
2	Moutinho, L., Dionísio, J., Rodrigues, J. & Pereira, H. (2012). Marketing Trends - Antecipar o futuro para inspirar o presente. Lisboa, Portugal. Bnomics.

- Editor de livro

1	Rodrigues, J., Dionísio, J., Pereira, H. & Crespo de Carvalho, J. (2011). Grupo Nabeiro - Gestão Sustentada e Sucesso Empresarial. Lisboa. B-nomics.
---	--

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Pereira, H., Salgueiro, M. F. & Nunes, P. (2018). The relationships between portuguese banks and their customers in a recessionary context. In The Academy of Business and Retail Management (Ed.), 7th International Conference on Business and Economic Development (ICBED). (pp. 340-351). Nova Iorque
2	Teixeira, N., Pereira, H. G. & Dionísio, P. (2018). Online consumer generated content it's for real! the rise of social influence marketing. In 7th International Conference on Business and Economic Development, ICBED 2018. (pp. 358-366).: The Academy of Business and Retail Management.
3	Pereira, H. G., Salgueiro, M. F. & Marques, S. H. (2017). How does economic crisis impact on family vacations?. In International Conference on Business and Economic Development. (pp. 374-384). Nova Iorque: The Academy of Business and Retail Management (ABRM).
4	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Marques, S. (2017). Portuguese women as wine consumers - the impact of beliefs on the option to drink wine. In International Conference on Business and Economic Development. (pp. 68-78).: The Business & Management Review.
5	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2016). The Mediating Effect of Satisfaction – Does it influence Loyalty Concerning Online Tourism Purchases?. In European Marketing Academy 2016.
6	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Nunes, P. (2015). The relationships between Portuguese banks and their customers in a recessionary context. In Irina Saur-Amaral (Ed.), International Conference on Innovation and Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behaviour - ICIEMC. (pp. 205-217). Aveiro: Edições IPAM.
7	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita (2015). Intenção de compra online nos seniores Portugueses. In Irina Saur-Amaral (Ed.), International Conference on Innovation, Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behavior - ICIEMC. (pp. 218-229). Aveiro: Edições IPAM.
8	Pereira, H., Salgueiro, M.F., Dionísio, J. & Joana Pinho (2014). Fashion and Beauty Advertising Models' Age and its Impact on Over 50 Female Consumers' Purchase Intention. In Tourism and Ageing Conference, 2014. Estoril
9	Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Pedro Dionísio (2014). Online Buying Behavior in Technological and Office Products. In Shopper Marketing & Pricing Conference Proceedings.: Published by Stockholm School of Economics.
10	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2014). Online Determinants of E-Customer Satisfaction: Application to Website Purchases in Tourism. In International Network of Business and Management Journals (Ed.), International Network of Business and Management Journals. Barcelona: International Network of Business and Management Journals.
11	Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Dionísio, J. (2014). Online buying behavior in Technological and Office Products. In Stockholm School of Economics (Ed.), Shopper Marketing and Pricing Conference. (pp. 81-84). Stockholm: Stockholm School of Economics.

12	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2014). A Relationship Marketing Approach to the Online Purchase of Tourism Products. In Enrique Bigné, EMAC 2014 Conference Chair (Ed.), EMAC 2014 - Paradigm Shifts & Interactions. Valência: Universitat de Valencia.
13	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Inês Costa (2014). A Role of Local Communities in a Sustainable Destination Perspective. In Tourism and Ageing Conference 2014.
14	Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Dionísio, J. (2013). Lifestyle Products and Services Online. In EIRASS. Philadelphia
15	Pereira, H., Dionísio, J. & Leal, M. (2013). The Hostel Market: a successful case of service strategy. In International Network of Business and Management Journals. Lisbon
16	Teixeira, N., Dionísio, J. & Pereira, H. (2013). Online Consumer Generated Content and the Role of Social Influence Marketing. In International Network of Business & Management Journals.
17	Costa, I. & Pereira, H. (2013). A Sustainable Tourism Marketing in Local Communities Perspective. In International Network of Business & Management Journal. Lisboa
18	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Mateus, I. (2013). Relationships between Brands and Customers in a World of Social Networks. In International Network of Business and Management Journals – INBAM. Lisbon: INBAM 2013.
19	Pereira, H., Dionísio, J. & Cardoso, M. G. M. S. (2013). Portuguese online consumer and buying behavior for home products. In EIRASS. Philadelphia
20	Miranda, N., Raminhos, R., Silveira, A., Seabra, P., Pereira, H., Coutinho, E....Trigo, V. (2012). VIDEO FOR TRAVEL An effective solution for using video in the tourism domain . In University for Business Engineering and Management, Banja Luka (Ed.), International Conference on Social and Technological Development (STED 2012). (pp. 0-0). Banja Luka
21	Pereira, H., Trigo, V., Dionísio, J., Cardoso, M., Miranda, N., Raminhos, R....Seabra, P. (2012). Video for travel: Determinants of Video Content Usage Relations. In University for Business Engineering and Management, Banja Luka (Ed.), International Conference on Social and Technological Development (STED 2012). (pp. 0-0). Banja Luka
22	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2012). How To Make Customers Loyal To Online Tourism Products?. In European Marketing Association (Ed.), EMAC 2012. (pp. 294-295). Lisboa
23	Pereira, H., Costa, I. & Patuleia, M. (2012). O Marketing Turístico Sustentável orientado para as Comunidades Locais: o Polo de Desenvolvimento Turístico da Serra da Estrela. In Universidade de Aveiro (Ed.), INVTUR 2012. (pp. 0-0). Aveiro
24	Hélia Maria Gonçalves Pereira, Paulo Miguel Rasquinho Ferreira Rita & Salgueiro, M.F. (2011). Evaluating online purchase factors that influence e-customer satisfaction in tourism. In Proceedings of the EMAC 2011 Conference. (pp. 0-0). Ljubljana
25	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2010). Evaluating traditional online purchase factors that influence online tourism customers satisfaction . In EMAC (Ed.), European Marketing Association Conference 2010. (pp. 0-0). Copenhaga: EMAC.
26	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2009). The Determinants of Satisfaction of Loyal Customers in the Purchase of Online Tourism Products. In Academy of Marketing Conference. (pp. 0-0): Academy of Marketing.

27	Pereira, H. & Rita, P. (2005). The Relations between Internet Marketing and Services Marketing: the case of repeated purchase behaviour in online travel services. In 12th International Conference on Information Technology in Travel & Tourism. Innsbruck
28	Pereira, H. & Rita, P. (2005). The Relations between Internet Marketing and Services Marketing: the case of repeated purchase behaviour in online travel services. In European Marketing Academy Conference Proceedings.
29	Pereira, H. & Rita, P. (2004). Purchase Behaviour related with Tourist Products on the Internet. In Academy of Marketing. Gloucester

- Comunicação em evento científico

1	Pereira, H., Dionísio, J. & Teixeira, N. (2018). Online Consumer Generated Content it's for real! The Rise of Social Influence Marketing. IECBD.
2	Pereira, H. & Salgueiro, M.F. (2018). The relationship between Portuguese banks and their customers in a recessionary context. ICBED 2018.
3	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Marques, S. (2017). Portuguese women as wine consumers - the impact of beliefs on the option to drink wine. International Conference on Business and Economic Development.
4	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Marques, S. (2017). How does economic crisis impact on family vacations?. International Conference on Business and Economic Development.
5	Araújo, M., Pereira, H. & Marques, C. (2017). Creative Tourists in Rural Regions: How do they behave regarding to creative experiences?. European Marketing Academy Conference - EMAC 2017.
6	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2016). The Mediating Effect of Satisfaction – Does it influences Loyalty Concerning Online Tourism Purchases?. European Marketing Academy 2016.
7	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Nunes, P. (2015). The relationships between Portuguese banks and their customers in a recessionary context. International Conference on Innovation and Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behaviour - ICIEMC. 205-217
8	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita (2015). Intenção de compra online nos seniores Portugueses. International Conference on Innovation, Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behavior - ICIEMC. 218-229
9	Pereira, H., Salgueiro, M.F., Dionísio, J. & Joana Pinho (2014). Fashion and Beauty Advertising Models' Age and its Impact on Over 50 Female Consumers' Purchase Intention. Tourism and Ageing Conference, 2014.
10	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2014). Online Determinants of E-Customer Satisfaction: Application to Website Purchases in Tourism. International Network of Business and Management Journals. 4
11	Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Dionísio, J. (2014). Online buying behavior in Technological and Office Products. Shopper Marketing and Pricing Conference. 81-84
12	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2014). A Relationship Marketing Approach to the Online Purchase of Tourism Products. EMAC 2014 - Paradigm Shifts & Interactions. 43th
13	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Inês Costa (2014). A Role of Local Communities in a Sustainable Destination Perspective. Tourism and Ageing Conference 2014.

14	Dionísio, J., Pereira, H. & Cardoso, M. (2013). Portuguese online consumer and buying behavior for home products. Recent Advances in Retailing & Services Science Conference.
15	Pereira, H., Dionísio, J. & Cardoso, M. (2013). Lifestyle Products and Services Online. Recent Advances in Retailing & Services Science Conference.
16	Pereira, H., Dionísio, J. & Leal, M. (2013). The Hostel Market: a successful case of service strategy. International Network of Business and Management Journals – INBAM.
17	Pereira, H. & Costa, I. (2013). A Sustainable Tourism Marketing in Local Communities Perspective. International Network of Business and Management Journals – INBAM.
18	Teixeira, N., Dionísio, J. & Pereira, H. (2013). Online Consumer Generated Content and the Role of Social Influence Marketing. International Network of Business and Management Journals – INBAM.
19	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Mateus, I. (2013). Relationships between Brands and Customers in a World of Social Networks. International Network of Business and Management Journals – INBAM.
20	Pereira, H., Costa, I. & Patuleia, M. (2012). O Marketing Turístico Sustentável orientado para as. INVTUR 2012.
21	Pereira, H., Miranda, N., Raminhos, R., Silveira, A., Seabra, P., Coutinho, E....Trigo, V. (2012). Vídeo for Travel An effective solution for using video in the tourism domain. International Conference on Social and Technological Development (STED 2012) .
22	Pereira, H., Trigo, V., Dionísio, J., Cardoso, M., Miranda, N., Raminhos, R....Seabra, P. (2012). Video for travel: Determinants of Video Content Usage Relations. International Conference on Social and Technological Development (STED 2012) .
23	Pereira, H. & Lage, M. (2012). Market Driving Sustainable Trends. EMAC 2012.
24	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2012). How To Make Customers Loyal To Online Tourism Products?. EMAC 2012.
25	Pereira, H. & Mateus, I. (2012). A Study about the Relation between Brands and Fans in the Facebook. 19th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science .
26	Alves, R., Pereira, H. & Cardoso, M. (2012). The influence of communication on the increased consumption of male grooming products. 19th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science .
27	Hélia Maria Gonçalves Pereira, Paulo Miguel Rasquinho Ferreira Rita & Salgueiro, M.F. (2011). Evaluating online purchase factors that influence e-customer satisfaction in Tourism. The European Marketing Academy Conference.
28	Santos, M., Martins, L.M. & Pereira, H. (2011). Marketing Planning modulul 4, Support for the International Master of Entrepreneurship and Venture . TREPAN Program supported by Union European, Romanian, University of Craiova and ISCTE-IUL.
29	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2010). Evaluating specific online purchase factors that influence online tourism customers satisfaction . 17th International Conference of the European Institute of Retailing and Services Studies.

30	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2010). Evaluating traditional online purchase factors that influence online tourism customers satisfaction . The European Marketing Academy Conference.
31	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2009). The Determinants of Satisfaction of Loyal Customers in the Purchase of Online Tourism Products. Academy of Marketing Conference.
32	Pereira, H. & Rita, P. (2008). The influence of Relationship Marketing and other motivational factors in the satisfaction and loyalty of online purchase of tourism products. The European Institute of Retailing and Services Studies (EIRASS) International Conference.

Cargos de Gestão Académica

Coordenadora da unidade curricular Marketing Bancário (2019)
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Análise de Negócios Internacionais (2019)
Unidade/Área: Gestão Geral

Coordenadora da unidade curricular Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria II (2019)
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Estágio em Gestão de Hotelaria e Turismo (2019)
Unidade/Área: Hospitalidade e Turismo

Coordenadora da unidade curricular Gestão do Marketing (2019)
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Grandes Eventos e Gestão de Eventos (2019)
Unidade/Área: Hospitalidade e Turismo

Coordenadora da unidade curricular Enoturismo e Negócio do Vinho (2019)
Unidade/Área: Hospitalidade e Turismo

Coordenadora da unidade curricular Finanças Empresariais em Hotelaria e Turismo (2019)
Unidade/Área: Finanças

Coordenadora da unidade curricular Marketing de Projetos (2019)
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria I (2019)
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Marketing (Pg) (2019)
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Gestão de Turismo Internacional (2019)
Unidade/Área: Gestão Geral

Coordenadora da unidade curricular Métodos de Investigação em Hotelaria e Turismo (2018)
Unidade/Área: Gestão Geral

Coordenadora da unidade curricular Seminário de Investigação em Marketing (2018)
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Estratégia de Marketing (2018)
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Estratégia e Planeamento de Marketing (2018)
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Gestão do Marketing (2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing Empresarial (2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Estratégia e Desenvolvimento Organizacional para os Media (2018) Unidade/Área: Ciências da Comunicação
Directora do Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo (2018 - 2020) Unidade/Área: Gestão de Hotelaria e Turismo
Coordenadora da unidade curricular Gestão do Marketing (2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Análise de Negócios Internacionais (2018) Unidade/Área: Gestão Geral
Coordenadora da unidade curricular Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria II (2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing (Pg) (2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing de Projetos (2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria I (2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Estratégia e Planeamento de Marketing (2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Projeto de Gestão de Marketing 1 (2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Estratégia de Marketing (2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing Empresarial (2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing (Pg) (2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Gestão do Marketing (2017) Unidade/Área: Marketing
Directora da Licenciatura em Gestão de Marketing (2017 - 2018) Unidade/Área: Gestão de Marketing
Coordenadora da unidade curricular Análise de Negócios Internacionais (2017) Unidade/Área: Gestão Geral
Coordenadora da unidade curricular Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria I (2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria II (2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Gestão do Marketing (2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing de Projetos (2017) Unidade/Área: Marketing

Coordenadora de Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial (2017) Unidade/Área: Direcção Comercial
Coordenadora de Curso de Pós Graduação em Gestão de Topo em Hotelaria (2017 - 2018) Unidade/Área: Gestão de Topo em Hotelaria
Coordenadora da unidade curricular Seminário de Investigação em Gestão (2016) Unidade/Área: Gestão Geral
Coordenadora de Curso de Pós Graduação em Gestão Empresarial (2016 - 2017) Unidade/Área: Gestão Empresarial
Coordenadora da unidade curricular Estratégia e Planeamento de Marketing (2016) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Estratégia de Marketing (2016) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing (Pg) (2016) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria I (2016) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing Bancário (2016) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing de Projetos (2016) Unidade/Área: Marketing
Subdirectora do Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (2015 - 2018) Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral
Coordenadora da unidade curricular Estratégia de Marketing (2015) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing (Pg) (2015) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Estratégia e Planeamento de Marketing (2015) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular A Evolução do Papel e dos Requisitos do Cliente de Serviços Financeiros (2015) Unidade/Área: Área Científica INDEG-IUL
Coordenadora da unidade curricular Seminário 1 : Comportamento Financeiro das Famílias Portuguesas (2015) Unidade/Área: Área Científica INDEG-IUL
Coordenadora da unidade curricular Marketing Empresarial (2015) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia (2015) Unidade/Área: Tecnologia, Produção e Operações
Coordenadora da unidade curricular Marketing de Projetos (2015) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing Bancário (2015) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing_fd (2015) Unidade/Área: Área Científica INDEG-IUL
Coordenadora da unidade curricular Estratégia de Marketing (2014) Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Novas Tendências de Marketing e de Vendas (2014)
Unidade/Área: Marketing

Prémios

Prémio Pedagógico ISCTE-IUL (2015)

Melhor Docente Mestrado Executivo Gestão de Projectos (2014)

Melhor Docente Mestrado Executivo Gestão de Marcas (2011)

Melhor Docente Mestrado Executivo Gestão de Marcas (2010)

Organização/Coordenação de Eventos

Tipo de Organização/Coordenação	Título do Evento	Entidade Organizadora	Ano
Membro de comissão organizadora de evento não científico	A Revolução do Pricing e Distribuição em Hotelaria	INDEG-ISCTE	2016
Membro de comissão organizadora de evento não científico	Novos Modelos de Negócio em Hotelaria	INDEG-ISCTE	2016
Membro de comissão organizadora de evento científico	Tourism and Ageing	Audax-IUL	2016
Membro de comissão organizadora de evento não científico	Estudo O comportamento bancário do novo emigrante	Marketing FutureCast Lab	2015
Membro de comissão organizadora de evento não científico	Estudo Comportamento de Compra de Seniores Portugueses	Marketing FutureCast Lab	2015
Membro de comissão organizadora de evento não científico	Estudo Os Jovens Portugueses	Marketing FutureCast Lab	2015
Membro de comissão organizadora de evento não científico	Estudo Best Practices in Social Media	Marketing FutureCast Lab	2014
Membro de comissão organizadora de evento não científico	Paradigm Shift	Marketing FutureCast Lab	2013
Membro de comissão organizadora de evento não científico	Estudo "O novo Normal"	Marketing FutureCast Lab	2013
Membro de comissão organizadora de evento não científico	New Trends in Marketing	Marketing FutureCast Lab	2012
Coordenação geral de evento científico (com comissão científica) fora do ISCTE-IUL	Comportamento de Pesquisa e Compra Online	CCP	2012